

DECISION N° 0876/OAPI/DG/DGA/DAJ/SCG

**Portant rejet de l'opposition à l'enregistrement n° 98760 de la marque
« ORANGE + LOGO »**

LE DIRECTEUR GENERAL DE L'ORGANISATION AFRICAINE DE LA PROPRIETE INTELLECTUELLE

- Vu** l'Accord portant révision de l'Accord de Bangui du 2 mars 1977 instituant une Organisation Africaine de la Propriété Intellectuelle ;
- Vu** l'Annexe III dudit Accord et notamment son article 18 ;
- Vu** le certificat d'enregistrement n° 98760 de la marque « ORANGE + LOGO » ;
- Vu** l'opposition à cet enregistrement formulée le 06 décembre 2018 par la société APPLE INC. ;

Attendu que la marque « ORANGE + LOGO » a été déposée le 21 novembre 2017 sous le n° 3201703506 pour les produits des classes 7, 9 et 11 par la société COVIFED Sarl, puis enregistrée sous le n° 98760 et ensuite publiée dans le BOPI n° 04MQ/2018 paru le 06 juin 2018 ;

Attendu qu'au soutien de son opposition, la société APPLE Inc. fait valoir qu'elle est titulaire des droits antérieurs enregistrés et encore en vigueur pour avoir été renouvelés à leur échéance respectives sur les marques « Apple » n° 55616 déposé en classe 9 le 27 septembre 2006 et « APPLE LOGO » n° 55976 déposée en classe 9 le 22 mars 2007 ;

Qu'aux termes de l'article 3 alinéa b) de l'Annexe III de l'Accord de Bangui, une marque ne peut être valablement enregistrée si elle ressemble à une marque déjà enregistrée au point de comporter un risque de confusion ou de tromperie ;

Que la marque contestée, « ORANGE + LOGO » intègre entièrement le dispositif de feuille détachée qui est devenu exclusivement associé à son logo « APPLE » enregistré et bien connu de la défenderesse; qu'en fait, il s'agit d'une reproduction identique d'une partie hautement distinctive de sa marque « APPLE LOGO »; que la partie orangée avec motif en feuilles de la marque contestée est

également la première caractéristique visuellement dominante de cette marque à laquelle un consommateur accordera naturellement une plus grande importance ; que la marque contestée est visuellement similaire à son LOGO Apple ;

Que conceptuellement, le mot « ORANGE » fait référence à un fruit qui est du même groupe alimentaire que « APPLE » ;

Que la marque contestée couvre les mêmes produits similaires et identiques de la même classe 9 que ses marques « APPLE » ;

Que l'article 7 de l'Accord de Bangui confère au titulaire d'une marque le droit exclusif d'utiliser la marque ou un signe qui lui ressemble et le droit exclusif d'empêcher des tiers d'utiliser, sans son consentement, des signes identiques ou similaires pour des produits ou services identiques ou similaires, dont l'utilisation est susceptible de prêter à confusion ;

Que compte tenu de la vaste réputation de sa marque « LOGO APPLE », l'incorporation d'un de ses éléments distinctifs dans la marque contestée, sera considérée par le public comme une extension de la gamme de produits de marque APPLE ou d'une collaboration entre elle et le déposant, ce qui est également susceptible d'induire en erreur ou de créer de la confusion ;

Qu'elle demande de ce fait la radiation de la marque ORANGE + LOGO n° 98760 ;

Attendu que la société COVIFED SARL fait valoir dans son mémoire en réponse que sur le plan visuel, phonétique et intellectuelle, il existe une large différence entre sa marque « ORANGE + LOGO » et les marques de l'opposant « APPLE » ;

Que sur le plan visuel, sa marque est semi figurative composée d'un LOGO qui est un fruit découpé de couleur jaune, orange, vert et du terme ORANGE dans un cercle ovale ; que la marque de l'opposant est constituée de l'image d'une pomme croquée de couleur noire et blanche ; que le terme verbal Apple n'est que la traduction française de la pomme ;

Que sur le plan phonétique, sa marque écrite en français est composée de trois syllabes (O – RAN – GE) et la marque de l'opposant Apple qui signifie pomme ; que les des mots n'ont aucune similitude phonétique ;

Que sa marque couvre les produits des classes 7, 9 et 11 alors que les marques de l'opposant ne couvrent que les produits de la classe 9 ;

Qu'elle commercialise essentiellement les appareils électroménagers alors que la société Apple Inc. commercialise les appareils de téléphonie et offre des services dans le domaine de la communication ;

Que le consommateur d'attention moyenne peut aisément distinguer les produits des deux sociétés sur le marché de l'espace OAPI dans la mesure où ils n'évoluent pas dans le même secteur et circuit commercial ; que ce dernier peut également faire la distinction entre la marque « ORANGE + LOGO » et la marque « APPLE + LOGO » ;

Qu'elle sollicite de ce fait le rejet de l'opposition formé par la société APPLE INC. et par conséquent la coexistence des différentes marques ;

Attendu que les marques en conflit des deux titulaires se présentent comme suit :

Marques de l'opposant : n°s 55616 et 55976	Marque querellée n° 98760
	

Attendu que l'évaluation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, intellectuelle et conceptuelle des marques en cause, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par les marques, en tenant compte notamment des éléments distinctifs dominants de celles-ci ;

Que sur le plan visuel, la marque de l'opposant est une marque figurative constituée d'un dessin de pomme croquée surmonté d'une feuille détachée dans un fond noir et blanc ; que la marque querellée est cependant composée d'une orange découpée en rondelle de couleur orange avec au-dessus une feuille verte et de l'élément verbal ORANGE le tout dans une forme ovale ; que cette complexité de la marque du déposant offre une différence certaine entre les deux marques ;

Que sur le plan intellectuel et phonétique, bien que les deux marques renvoient aux fruits, l'une se prononce « O-RAN-GE » en français comme en anglais et l'autre « A-pple », les deux étant des fruits différents ;

Attendu que compte tenu des différences visuelle, phonétique, et conceptuelle prépondérantes par rapport aux ressemblances, il n'existe pas de risque de confusion entre les marques des deux titulaires prises dans leur ensemble se rapportant aux produits identiques et similaires de la classe 9 et des classes 7 et 11 de la marque du déposant pour le consommateur d'attention moyenne qui n'a pas les deux marques sous les yeux en même temps, ni à l'oreille à des temps rapprochés,

DECIDE :

Article 1 : L'opposition à l'enregistrement de la marque « ORANGE + LOGO » n° 98760 formulée par la société APPLE INC.

Article 2 : Au fond, l'opposition à l'enregistrement de la marque « ORANGE + LOGO » n° 98760 est rejetée.

Article 3 : la société APPLE INC., dispose d'un délai de trois (3) mois, à compter de la réception de la présente décision, pour saisir la Commission Supérieure de Recours.

Fait à Yaoundé, le 19 mai 2020

(e) Denis L. BOHOUSSOU